

странах идея договора в основном базировалась на материальных основах и применялась для дифференциации – отделить собственность от власти, политику от религии, право от политики, индивидов друг от друга и от определенного социально-исторического образования (социального слоя или государства), с целью обосновать их равную значимость и самостоятельность. Соответственно и сложившиеся представления о договоре отождествлялись с равенством, индивидуализмом, собственностью, свободой и т.д. Но, в целом в западном варианте договор в зависимости от конкретного исторического контекста выполнял функцию и по разделению и по объединению, что, в конечном счете, привело к консолидации общества и государственных структур на договорной основе.

В Библии, Талмуде, Коране идея договора опирается на духовные основы, направлена на взаимное социальное восприятие, что отнюдь не исключает индивидуальную составляющую, скорее наоборот, утверждается принцип относительной автономии человека через служение Богу, так как каждый конкретный индивид заключает духовное соглашение, что приводит к интеграции в единое целое. Вселенский договор выступает в качестве идеального и верховенствующего способа организации жизни. Он дает общее представление о справедливом устройстве мира, не противопоставляет индивида обществу, собственность власти, индивида власти, поэтому материальные, духовные, правовые, моральные, религиозные, этические и т.д. аспекты взаимосвязаны и взаимозависимы. А поскольку природа человека выводится из соглашения с божественным, то равенство и свобода не имеют столь принципиального значения как в западных странах.

В целом можно сказать, что договор становится социокультурным институтом когда идея воспринимается, получает культурную преемственность и нормативно-правовое оформление, но этот процесс приобретает различные формы и в каждом случае имеет свою специфику. Например, договор в мусульманском праве в соответствии с Кораном, рассматривается как правовая и божественная связь, возникающая из взаимного соглашения сторон, поэтому для мусульманина нарушение договора - не только проступок, но и грех, нарушение воли Аллаха. В то же время неизбежность такого договора во многом зависит от того, с кем и при каких условиях он заключается: с мусульманином или «неверным», в условиях «Мира Ислама» или «Мира Войны», какое правовое толкование лежит в основе его заключения или расторжения и т.д.

ЛИТЕРАТУРА:

1 См.: Быченков В.М. Институты: Сверхколлективные образования и безличные формы социальной субъективности. – М.: Рос. акад. соц. наук, 1996.

Полухина М.В., Чигалимова М., г. Екатеринбург

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ ПИАРА СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

В ряде научных работ социологов, психологов, экономистов отмечается низкий уровень престижности социально значимых профессий. Данный факт серьезно отражается на эффективности реализации национальных проектов Российской Федерации. В результате серии социологических эмпирических исследований, выявлен серьезный дисбаланс в профессионально-стратификационной структуре общества. Это является прямым свидетельством того, что интерес молодежи и общества в целом к профессиям социальной сферы крайне низкий, несмотря на то, что общественные потребности в данной профессиональной деятельности достаточно высоки.

Актуальность проблемы заставляет говорить о необходимости корректировки профессионального имиджа профессий социальной сферы, специалистов, осуществляющих свою профессиональную деятельность в рамках системы учреждений и организаций

Минздравсоцразвития Российской Федерации. Данная трансформация должна оказать позитивное влияние на привлечение в социальную сферу молодых перспективных кадров, на изменение отношения широкой общественности к деятельности государственных структур исполнительной власти, в частности, системы социальной защиты населения, а также на успешность и эффективность информационного сопровождения деятельности по реализации социальных программ и национальных проектов в Свердловской области.

Информационное сопровождение текущей деятельности организаций и учреждений системы Министерства социальной защиты Свердловской области или профессионально построенная деятельность по связям с общественностью выступает ключевым фактором, способным оказать существенное влияние на повышение профессионального престижа специалистов по социальной работе, придать импульс к трансформации негативного или равнодушного отношения широкой общественности к деятельности органов государственной исполнительной власти.

Таким образом, достаточно серьезного и системного подхода требует анализ коммуникационного взаимодействия субъектов средств массовых информации и социальных учреждений. Актуализируется необходимость в выявлении и прояснении характеристик оптимальных форм социального взаимодействия организаций и учреждений исполнительной власти, отвечающих за решение основных задач в социальной сфере и средствах массовой информации.

Системная комплексная оценка имиджа профессии специалиста социальной сферы позволит по результатам прикладных научных исследований разработать, внедрить и оценить эффективность реализации на практике принципиально новой методики информационного сопровождения деятельности МСЗН Свердловской области. Для реализации подобного проекта необходим комплексный междисциплинарный подход, интегрирующий теоретические и методологические основания ряда научных дисциплин, таких как социология, связи с общественностью, менеджмент. В частности, предполагается возможное использование различных социологических методов: сочетание количественных и качественных методик, а именно, телефонные опросы, экспертные интервью, контент-анализ, фокусированное интервью; а также основной акцент на методологию RACE по разработке и реализации PR-компаний. В исследовательско-экспериментальной части проекта необходимо учитывать технологии информационного менеджмента, реализовывать на практике системно-статистический подход к формированию информационных баз по коммуникационным каналам распространения информации о деятельности субъектов социальной сферы.

Социальная реклама или «социальный пиар» в этой связи становится определяющим механизмом, оказывающим постепенное влияние на изменение стереотипных установок в общественном сознании относительно бездействия органов исполнительной власти, неэффективности государственной политики в социальном секторе на местах. Исходя из анализа системно выстроенной и носящей регулярный характер, информационной деятельности по освещению результатов «Национальных проектов» на федеральном уровне, можно сделать вывод, что в региональном масштабе следует разрабатывать и реализовывать стратегию информационной политики исполнительной власти, исходя из социокультурной специфики региона и существующей успешно реализованной практики в различных направлениях деятельности.

Важное значение в любом виде и направлении связей с общественностью состоит в социальном смысле или контексте деятельности специалистов по информационному освещению социальных процессов в различных сферах жизнедеятельности человеческого

сообщества. Одна составляющая пиара в социальной сфере - продвижение проектов и программная поэтапная реализация легитимных законодательных актов, дополняется второй, более существенной на уровне социальных взаимоотношений – гармонизация социального пространства посредством снятия напряженности и максимального удовлетворения потребностей населения в качественной и достоверной информации.

В силу направленности большинства средств массовой информации к негативным информационным поводам для сообщений в периодической печати и на телевизионных каналах в погоне за повышением рейтингов в ущерб социальной стабильности психологического состояния общества, происходит негативное смещение информационного пространства и снижение индексов информационной представленности материалов, носящих позитивный социально окрашенный смысл. Несмотря на то, что последнюю составляющую пиар-деятельности часто имеют в виду, когда говорят об этических принципах связей с общественностью, в частности, об открытости и ответственности пиар-субъекта перед обществом, о гармонизации отношений пиар-субъекта и общества и т.д., упускают из внимания саму деятельность в социальной сфере. Не поднимают вопрос о теоретической и практической значимости связей с общественностью в работе структур, занимающихся решением важных социальных проблем сегодня, об актуальности позитивно направленной информационной политики в этом секторе. За пиаром как социальным явлением сегодня стоит большое будущее, от грамотного подхода к информационному освещению деятельности в социальной сфере зависит формирование определенного ценностно-смыслового конструкта в информационном пространстве Российской Федерации. В XXI веке стихийная информационная работа не актуальна, требуется иной подход, для формирования конкурентных преимуществ исполнительной власти и ее деятельности на рынке человеческих взаимоотношений.

Лебедева К.Г., г. Самара

ФЕНОМЕН ВЫСТАВКИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Выставочное дело имеет многовековую историю, от межгородских и межрегиональных торговых ярмарок, организованных на пересечении караванных путей, до современных профессиональных событий международного уровня [1].

Пройдя определенную эволюцию от средневековой модели и европейских демонстрационных форм, современные выставки выходят на принципиально иной уровень, приобретая нового активно действующего субъекта, а именно - профессионального организатора. Выставка также наделяется новой функцией - не столько коммерческой (прямая купля-продажа), и не столько демонстрационной, а коммуникативной, основанной на формировании «отложенного спроса» демонстрируемых товаров и услуг.

Выставка представляет собой - специально организованное, многокомпонентное рыночное мероприятие, направленное на обеспечение качественной коммуникации между участниками (экспонентами), демонстрирующими свою продукцию и услуги, и посетителями (физическими и юридическими лицами). Выставки проходят в специализированных выставочных центрах в определенное время (как правило, от 2 до 7 дней) и с определенной периодичностью (раз в полгода, раз в год, раз в 2 года), и, по сути, являются «концентрированными» моделями рынка [2].

В своем основании любая выставка, понимаемая таким образом, имеет «базовое триединство»: организатор выставки, участник (экспонент) и посетитель (консьонер/специалист). В целом этот конгломерат дополняется другими заинтересованными сторонами, а именно - профессиональными ассоциациями и союзами, средствами массовой